

FACULTAD DE NEGOCIOS



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN
LA VENTA DE TARJETAS DE CRÉDITO DE LA
BANCA POR TELÉFONO BCP TRUJILLO 2017”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Luis Dennis Cruz Arcela.
Cristhian Deyvi Rodríguez Esparza.
Diana Sugey Arroyo Rodríguez.
Luz Gabriela Valencia Gamboa.

Asesor:

Ing. Danny Zelada Mosquera.

Trujillo - Perú

2017



ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Ing. Danny Zelada Mosquera, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración y Gestión Comercial, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(os) estudiante(s):

- Luis Dennis Cruz Arcela.
- Cristhian Deyvi Rodríguez Esparza.
- Diana Sugey Arroyo Rodríguez.
- Luz Gabriela Valencia Gamboa.

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: Calidad del servicio y su influencia en la venta de tarjetas de crédito de la Banca por Teléfono BCP Trujillo 2017 para aspirar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.



Ing. Danny Zelada Mosquera

Asesor

Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	14
1.3. Objetivos	15
1.4. Hipótesis (Supuestos)	15
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	16
CAPÍTULO III RESULTADOS	20
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de procesamiento de casos calidad de servicio.	20
Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad calidad de servicio.	20
Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos ventas.	21
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad.	21
Tabla 5. Variable Calidad del Servicio.	22
Tabla 6. Variable Ventas.	23
Tabla 7. Pruebas de normalidad mediante SPSS 23.	24
Tabla 8. Correlaciones.	25
Tabla 9. Medidas simétricas.	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable Calidad del Servicio.	22
Figura 2. Variable Ventas.	23

RESUMEN

La presente investigación Calidad del servicio y su influencia en la venta de las tarjetas de crédito de la Banca por Teléfono BCP Trujillo 2017, tuvo como objetivo determinar la influencia que existe entre la calidad del servicio y la venta de Tarjeta de Crédito a través la Banca por Teléfono BCP Trujillo 2017. La investigación tiene un diseño no experimental. El método utilizado es descriptivo correlacional. La población de estudio fue de 135,000 clientes aproximadamente y la muestra de 385, para el recojo de la información se utilizó la técnica de encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario virtual en escala de Likert. La validez del instrumento fue dada por 2 expertos y la confiabilidad con Alpha de Cronbach, cuyo resultado fue $\alpha=0,822$ para calidad de servicio y $\alpha=0,930$ para ventas, en ambos casos indica alto grado de confiabilidad. El contraste de la hipótesis se efectuó con el coeficiente de correlación de Sperman, cuyo resultado es $R = 0.780$, esto nos establece que si *existe una correlación positiva considerable* entre la calidad de servicio y la venta de tarjetas de crédito que se ofrece por la Banca por teléfono del BCP.

PALABRAS CLAVES: Calidad del servicio, ventas.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Berger, C. E. (1993). Kanós Methods for understanding customer- defined quality. Center for quality Managment Journal, 3-35.
- Darder, P. P. (2009). Métodos para medir la satisfacción del cliente. Madrid, ES: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Del libro: Dirección de Mercadotecnia, de Philip Kotler, 8va Edición, Págs. 40, 41.
- Del libro: Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones, de Allan L. Reid, Editorial Diana, Pág. 54.
- Del sitio web de la American Marketing Asociation: MarketingPower.com, sección Dictionary of Marketing Terms, URL del sitio: <http://www.marketingpower.com/>.
- Del sitio web de la Real Academia Española: URL del sitio = <http://www.rae.es/>. Sección: Diccionario de la Lengua Española.
- Lefcovich, M. L. (2009). Satisfacción del consumidor. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Mendoza, A. J. A. (2009). Medición de la calidad del servicio. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Molino, C. J. P. D., Moreno, G. J. M., & Moreno, M. M. T. (2009). Modelo Q+4D: cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida. Madrid, ES: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
- Olortegui, V. (2016). La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet's Family EIRL Chiclayo 2016.Disponible en <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2289/1/Tesis%20de%20Olortegui%20Quispe%20Victor.pdf>
- Satisfacción del cliente. Sitio: Definición ABC. Fecha: 04/06/2012. Autor: Florencia Ucha. URL: <https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>
- CRONIN, J. J. y TAYLOR, S.A. (1994): “SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions- minus- expectations measurement of service quality”. Journal of Marketing. Vol.58. (January)

- Horna, C. (2014), *"Calidad del servicio y su influencia en las ventas de los transportistas CETIPALL y UNIFICADOS de Casa Grande del terminal terrestre Santa Cruz Trujillo – 2014"*. (Tesis de Bachiller). Universidadxxxx, Trujillo, Peru. Recuperado: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/966/hornalujan_carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zelada, L. (2016) *"Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano E.I.R.L. en el primer trimestre del 2016 del distrito de Trujillo"*. Recuperado: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5296/zeladavergaray_luisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrera, D. (2015) *"La calidad de servicio y la satisfacción del cliente del área de operaciones del Banco de Crédito del Perú – Agencia Real Plaza de la ciudad de Trujillo 2014"*. Recuperado: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/1948/carrerachomba_dayely.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vela, M., Zavaleta, L. (2014) *"Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Carlo Tottus – Mall, de la ciudad de Trujillo 2014"*. Recuperado: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA_RAFAEL_CALIDAD_SERVICIO_CLIENTE_VENTAS.pdf
- Olortegui, V. (2016). *"La calidad de servicio y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet's Family EIRL Chiclayo 2016"*. Recuperado: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2289/1/Tesis%20de%20Olortegui%20Quispe%20Victor.pdf>
- Colunga, Davila Carlos; "La calidad en el servicio"; Panorama Editorial; México, 1995; pp.. 21-22.
- Del libro: Dirección de Marketing, Duodécima Edición, de Kotler Philip y Keller Kevin Lane, Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2006, Págs. 504 al 521.
- Del libro: Fundamentos de Marketing, Decimocuarta Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 432 al 460.
- Del sitio web: MarketingPower.com de la American Marketing Association, sección: Dictionary of Marketing Terms, Término: "personal selling", obtenido en fecha 24 de julio del 2006.
- Del libro: Marketing, 10a. Edición, de Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2004, Págs. 507, 555, 580.
- Del libro: Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 509, 510, 511.